

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
BACHARELADO EM DESIGN – PROJETO DE PRODUTO

Clara Cristina de Souza Rêgo

DESIGN DE SERVIÇO, *STARTUP* E *MENUMATE*:
Uma Nova Experiência para Restaurantes

BRASÍLIA
2014

Clara Cristina de Souza Rêgo

DESIGN DE SERVIÇO, *STARTUP* E *MENUMATE*:

Uma Nova Experiência para Restaurantes

Trabalho apresentado a Universidade de Brasília como pré-requisito para a obtenção do Título de Bacharel em Design com habilitação em Projeto de Produto sob orientação da profa. Dra. Fátima Ap. dos Santos.

BRASÍLIA

2014

Clara Cristina de Souza Rêgo

DESIGN DE SERVIÇO, *STARTUP* E *MENUMATE*:

Uma Nova Experiência para Restaurantes

Trabalho apresentado à Universidade de Brasília como pré-requisito para a obtenção do Título de Bacharel em Design com habilitação em Projeto de Produto sob orientação da profa. Dra. Fátima Aparecida dos Santos.

Brasília, 03 de Dezembro de 2014.

Banca Examinadora

Profa. Dra Shirley Queiroz

Profa. Dra Daniela Fávaro Garrossini

Profa. Dra. Ana Claudia Mainardes

AGRADECIMENTOS

Ao grande amigo Paulo Henrique por toda a ajuda em todas as etapas do caminho que me levou a realizar um estágio de um ano na Alemanha, por todas as portas que ele abriu para mim, pela inspiração, pelo apoio psicológico nos momentos difíceis e pelas conversas intermináveis sobre a vida de um brasileiro na Alemanha.

À orientadora Fátima Aparecida dos Santos, que acreditou em mim e no potencial do projeto desde o início, mesmo com a distância e fuso horário de cinco horas entre Brasil e Alemanha.

Aos meus amigos e amigas que sempre estiveram de alguma forma presentes durante esta etapa, especialmente Cecília, Anna Lena, Meiry, Juliane, Juliana, Luís, Rodrigo, Cosac, Marcela, Anna, Meiry, Anna Lena, Ju Dammann, Ju Pinto, Simone, Aimê, Thayse, Herick, Bárbara, Juliana, Damien, Laura e Thomas.

Aos membros da *Aberklar* – Ingmar, Raphael e Mark – que contrubuíram diariamente para o sucesso desse projeto.

À AIESEC Brasília e AIESEC Karlsruhe por tornar possível a realização do estágio na Alemanha.

A minha família, por estarem presentes em todos os momentos e se manterem fortes frente a todas as dificuldades do ano que se passou.

DEDICATÓRIA

Em memória de Cassemiro, o caçula mais amado da família Souza, e Lucimar Rêgo, uma das pessoas mais criativas que conheci.

RESUMO

Este relatório é resultado de um projeto de design em uma *startup* alemã que se propõe a desenvolver uma experiência diferenciada para restaurantes. Em conjunto com um grupo internacional, foi gerada uma proposta de serviço e de aplicativo para *tablets Android* com foco em tornar a experiência no restaurante mais agradável para os visitantes, mais eficiente, menos estressante para os funcionários e mais estratégica para o gerente do estabelecimento.

O processo de desenvolvimento é cíclico e contempla a observação do cenário, entrevistas com usuários, imersão no serviço atual (visitas a restaurantes), geração de ideias em equipe, desenvolvimento simultâneo do serviço e do design da interface do aplicativo, implementação técnica e *feedback* da equipe e dos usuários.

Uma parte considerável do desafio deste projeto foram as diferenças culturais entre Brasil e Alemanha e a necessária quebra de paradigma ao apresentar o design como parte da estratégia do negócio e não como a ferramenta que serve apenas para embelezar o produto final. Por este motivo, entender a fundo a cultura alemã e simultaneamente selecionar os conhecimentos teóricos mais adequados a cada etapa de desenvolvimento, traduzindo conceitos para que sejam inteligíveis a profissionais de áreas que não o design, foram fundamentais no sucesso da construção de uma equipe heterogênea, porém complementar, e que hoje sempre coloca os usuários em primeiro plano antes de tomar decisões.

Ao final é possível conhecer fluxo do aplicativo, do serviço proposto e o estágio de maturidade atual da *startup* e do projeto *MenuMate*, que conta com um cliente-piloto em Munique, Alemanha, e suporte financeiro iminente da ESA (*European Space Agency* – Agência Espacial Europeia).

Palavras-chave: Design de Serviço, Aplicativo, Startup, Restaurante, Tablet.

ABSTRACT

This paper is a result of a design project developed in a German startup, which has the goal of creating a brand new experience for restaurants. Together with an international team, an application for Android tablets and a new service proposal were crafted, focusing on providing a pleasant experience for the restaurants' guests, an efficient and less stressful routine for employees, and more strategic data to enable restaurant's managers to take better business and client-oriented decisions.

The development process is cyclical and covers the following steps: scenery observation, user interviews, service immersion (visits to restaurants), team brainstorm, simultaneous design of the application's interface and the service surrounding it, technical implementation (programming) and rounds of team and users' feedback.

A considerably big part of the project's challenge is related to cultural differences between Brazil and Germany, and the required change of mindset, that would take design from a position of subject that would be there just to make things beautiful, to a place where its broad range of concepts and tools would be used to define strategic moves inside the product and business development. Therefore, a deep understanding on German culture while selecting the theoretical knowledge, which suits best each development step, translating them in order to be easily understandable to people with backgrounds other than design, were fundamental to achieve success on building a great team, that today justifies every decision based on users' needs.

At the end, it is possible to get to know the application's flow, the proposed service and the level of maturity of the startup and the MenuMate project nowadays, which counts on a seven-people team, a pilot customer in Munich, Germany, and an imminent funding from ESA (European Space Agency).

Keywords: Service Design, App, Startup, Restaurant, Tablet.

NOTA AO LEITOR

Por se tratar de um projeto com aplicação real, em fase de desenvolvimento e implementação, parte do presente relatório foi omitida para proteção da startup, seu produto e serviços. Caso haja interesse em informações extras, entre em contato por meio do e-mail claracsrego@gmail.com.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Parte da equipe Aberklar. Paulo (esquerda), Raphael (meio, em pé), Ingmar (direita), Clara e Mark - p. 26

Figura 2. Estrutura resumida do Sprint 1 - p. 27

Figura 3. Ciclo simplificado de desenvolvimento do produto - p. 28

Figura 4. Fotos ilustrativa de algumas das páginas de especificações - p. 35

Figura 5. PVM - Zoom para mostrar os ícones - p. 36

Figura 6. Paineis de identificação das situações “Jantar Romântico” e “Comemorações e Reunião Familiar” - p. 38

Figura 7. Paineis de identificação das situações “Pessoas Sozinhas” e “Crianças com os Pais” - p. 38

Figura 8. Paineis de identificação das situações “Almoço de Negócios” e “Diversão com Amigos” - p. 39

Figura 9. Painéis de identificação das necessidades e desejos gerais dos usuários nas situações “Almoço de Negócios”, “Comemorações”, “Pessoas Sozinhas”, “Grandes Reuniões Familiares” - p. 39

Figura 10. Painéis de identificação das necessidades e desejos gerais dos usuários nas situações “Jantar Romântico”, “Crianças com os Pais” e “Diversão com Amigos” - p. 40

Figura 11. Rascunhos das primeiras telas da nova versão do MenuMate - p. 41

Figura 12. Um dos primeiros mock-ups da nova versão do MenuMate - p. 43

Figura 13. Foto do MenuMate em uso no bar Munich Distillers - p. 44

Figura 14. Amazon Kindle - p. 45

Figura 15. Dispositivo de segurança para o tablet - p. 46

Figura 16. Screenshot do Sistema de Gestão de Conteúdo - p. 48

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1 A Oportunidade – Relato de Experiência	13
1.2 O Projeto	14
1.3 Motivação	15
1.4 Próximos Capítulos	17
2. CONCEITOS	17
2.1 O que é startup?	17
2.2 Desenvolvimento Agile e Lean Startup	19
2.3 Design de Serviços	20
2.4 Design Centrado no Usuário	20
2.5 Design de Interfaces	21
3. POR QUE O RESTAURANTE?	21
3.1 Objetivos do MenuMate	22
3.2 A Experiência no Restaurante	22
4. A STARTUP ABERKLAR	25
5. O SERVIÇO	28
5.1 O Restaurante	30
5.2 A Jornada dos Usuários do Serviço	31

	12
5.3 Limitações do presente e a visão de futuro	34
6. CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO <i>MENUMATE</i>	35
6.1 Startup Weekend Karlsruhe	37
6.2 Munich Distillers, o Cliente Piloto	43
7. RESULTADO	45
7.1 O Hardware	45
7.2 O Software	46
7.3 O Sistema de Gestão de Conteúdo	47
7.4 Resultados	48
8. CONCLUSÃO	50
9. REFERÊNCIAS	52

1. INTRODUÇÃO

No verão de 2013 na Alemanha, dois amigos – um brasileiro e um alemão – conversavam sobre os planos que tinham para o futuro e, imediatamente, identificaram uma característica que os unia: a vontade de empreender. Eles tiveram muitos encontros quando, em setembro de 2013, decidiram tirar as ideias do papel.

O objetivo parecia simples: desenvolver um aplicativo que substituísse os cardápios, feitos em papel, que todo restaurante que eles conheciam possuía. Todavia, assim que começaram a amadurecer a ideia, perceberam que para propor um novo produto que pessoas de fato utilizassem, seria necessário muito mais do que gráficos quadrados e funcionalidades inteligíveis para robôs. Com a certeza que a ideia inicial geraria bons frutos, os dois amigos decidiram, em outubro de 2013, selecionar pessoas para embarcarem no projeto e, dessa forma, a *startup Aberklar* começou a crescer.

O relatório a seguir discorre sobre design de serviço e design de interação na prática. Dessa forma se criou um aplicativo a partir da observação do ambiente e da experiência em um restaurante. Como será descrito a seguir, tal aplicativo permitirá ampliar a atenção de garçons em restaurantes, melhorar o gerenciamento das etapas de receber, servir e ouvir clientes, otimizando a comunicação entre os agentes envolvidos. Tal aplicativo surge em conjunto com o desenvolvimento e amadurecimento de uma *startup* – conceito que será introduzido nos capítulos que se seguem. Neste documento também será relatada a dinâmica de uma equipe transdisciplinar e internacional.

Tal iniciativa empreendedora se torna relevante para a construção de conhecimentos em design uma vez que o produto da *startup* surge da convergência de diversos aprendizados obtidos durante o percurso acadêmico, de experiências acumuladas em estágios prévios, do trabalho transdisciplinar e da observação do ambiente para proposição de inovação.

A seguir, também será relatada a experiência de aplicar os conhecimentos de design de serviço, de interação e programação de um aplicativo para *Android*, além da proposta de um serviço inovador para restaurantes.

1.1 A Oportunidade – Relato de Experiência

Por acreditar que uma mudança radical de ambiente contribui positivamente

para o desenvolvimento pessoal e profissional do indivíduo, desde 2010 procurei uma oportunidade para passar uma temporada fora do Brasil. Após quatro anos em busca do intercâmbio ideal, que equilibrasse investimento, tempo, destino e atividade, em agosto de 2014 – mesmo sem saber falar alemão – fui selecionada para fazer um estágio em uma empresa de *marketing online* em Karlsruhe, Alemanha, a começar no dia 4 de novembro de 2014. Desde que soube do resultado, criei um mantra pessoal:

“Aproveitarei o maior número possível de oportunidades que me sejam oferecidas durante todo o meu intercâmbio”.

Não foi preciso esperar muito, pois já ao final de outubro, um amigo brasileiro, cujo nosso relacionamento na época era distante, soube que eu viajaria para a Alemanha em breve e me informou sobre a vaga para designer na *startup* da qual ele era um dos sócios-fundadores.

Mesmo sendo um trabalho não-remunerado, dadas as condições iniciais de uma *startup* sem investimento de capital, lembrei-me do mantra e decidi me aplicar para a vaga. Durante esse processo, conheci o outro sócio-fundador, o alemão Ingmar Wolff. Tive a chance de entender melhor a visão dos sócios para o futuro da *startup*, o que eles gostariam de desenvolver, qual era a visão deles sobre a evolução do time e o que era esperado do designer que se candidataria à vaga.

O trabalho, desde o início, se mostou volumoso e desafiador, principalmente porque a principal motivação por trás da seleção de um designer era necessidade imediata de que o protótipo de aplicativo que eles já tinham desenvolvido, agora, além de funcional, fosse bonito o suficiente para ser apresentado a potenciais clientes.

Ao considerarem meu currículo – especialmente a experiência acadêmica e os estágios que já realizei –, meu portfólio e o resultado alcançado na tarefa de admissão, fui a designer escolhida para desenvolver, junto à equipe *Aberklar*, o que hoje chamamos de *MenuMate*, que será detalhado em etapas posteriores.

1.2 O Projeto

Com o desenvolvimento exponencial da tecnologia, diariamente empreendedores trabalham buscando propostas inovadoras para melhorar a vida das pessoas e, também, maneiras de traduzir a experiência que elas possuem na vida real para o mundo virtual. Um exemplo dessa tradução experiencial são as cartas

eletrônicas, conhecidas por *e-mail*, na qual o indivíduo é capaz de se comunicar com o outro em uma velocidade muito maior do que se a mesma tentativa fosse realizada via correio tradicional.

Ao se observar essa tendência e ao se manter constantemente alerta às possibilidades de melhoria existentes no mundo ao nosso redor, surge a ideia de desenvolver uma tradução e extrapolação para as funções do cardápio de papel existente nos restaurantes. Nesse contexto, nasce o MenuMate (“Parceiro do Menu”, tradução livre), a proposta de serviço e aplicativo que buscam elevar a qualidade da experiência no restaurante em todos os níveis de envolvimento.

Muito mais do que a arte pela arte, o objetivo por trás do projeto vai além de apenas possibilitar que os restaurantes tenham cardápios mais chamativos e ilustrados. Desenvolveu-se um conceito e uma série de atributos e funções atrelados à experiência do usuário no contexto do restaurante, sem excluir qualquer personagem que seja afetado pela mudança no serviço, ou seja, o projeto foi elaborado de forma a oferecer uma proposta de valor diferenciada ao gerente do estabelecimento, ao dono da franquia, à equipe de garçons, à equipe da cozinha, aos fornecedores e, principalmente, aos visitantes do restaurante.

Nos capítulos que se seguem, serão descritos os detalhes de cada etapa percorrida até o momento atual, no qual o produto piloto já está em funcionamento em um bar em Munique, na Alemanha, com o objetivo de obter *feedback* dos potenciais usuários do *MenuMate*.

1.3 Motivação

Ir a um restaurante é uma atividade comum. Pessoas vão a esse tipo de estabelecimento por diversos motivos, como uma celebração, um almoço rápido, uma reunião informal, um reencontro com um grande amigo. Apesar das motivações divergirem em propósito, o objetivo primário é o mesmo: consumir alimentos e/ou bebidas. Com esse contexto em mente, imagine a seguinte situação:

Luíza gostaria de sair para jantar com sua amiga Fernanda, na noite de sábado, em um restaurante mais ou menos famoso na cidade. Ela já tinha experimentado alguns pratos do cardápio, durante um almoço na quarta-feira, e saiu muito satisfeita com a comida e o atendimento que recebeu. Na sexta-feira, ela fez a reserva de uma

mesa para dois, pois imaginava que o estabelecimento estaria cheio no dia e horário escolhidos. Infelizmente no sábado, momentos antes de sair de casa, Luíza teve um imprevisto, acabou se atrasando e, por isso, perdeu a reserva. Como já havia combinado tudo com Fernanda, decide ir ao restaurante mesmo assim.

Ao chegar ao estabelecimento, ela não se surpreende: estava realmente lotado. Ela caminha em direção à maîtresse e espera na fila, atrás de outras três pessoas, para solicitar uma mesa para dois. Quando ela finalmente chega à Michele, a maîtresse, uma série de experiências negativas começam a acontecer.

Luíza e Fernanda esperam vinte e cinco minutos por uma mesa, mais treze minutos até o garçom trazer o cardápio e outros vinte e cinco até que finalmente pudessem realizar o pedido. Acenavam durante o jantar para o garçom, muitas vezes eram ignoradas e nas raras vezes que o garçom as via, ele demorava cerca de sete minutos para chegar à mesa delas.

Todo o ambiente parecia estar sob grande estresse, devido ao número de clientes presentes naquela noite. Os pratos demoravam o dobro do tempo para sair da cozinha, os erros nos pedidos eram frequentes, ações banais, como pedir azeite para a salada, tornavam-se grande fonte de estresse e frustração e, no topo de tudo isso, os garçons pareciam nada preocupados com a qualidade do atendimento, fato que pode ser facilmente compreendido, visto que a quantidade de clientes presentes, era maior do que o número de pessoas que a equipe disponível no restaurante conseguiria atender com qualidade.

Ao final do jantar, Luíza e Fernanda pedem a conta, que chega quinze minutos depois. O preço do jantar não foi barato, os 10% adicionais do serviço já estavam embutidos no preço total e Luíza não consegue evitar o sentimento de insatisfação com a experiência que teve naquela noite.

Essa situação se repete diariamente em milhares de restaurantes, seja no Brasil ou na Alemanha, principalmente nos horários de pico como almoço e jantar. Por muitos anos, aceitou-se que esta seria uma característica intrínseca de bons restaurantes

durante certos horários do dia, porém cada vez mais as pessoas procuram, além de um bom produto, um excelente serviço atrelado a ele. Isso significa que apenas um jantar saboroso não é suficiente para que o cliente dê nota máxima a um estabelecimento o qual frequenta.

Ao observar os desafios que as pessoas enfrentam na situação descrita anteriormente, a importância que tem sido dada à qualidade de vida no trabalho e diversas maneiras na qual a tecnologia vem facilitando e melhorando a vida das pessoas, identificou-se uma boa oportunidade de remodelagem da experiência que se pode obter em um restaurante, com foco na melhoria do serviço prestado ao cliente e, também, na redução do estresse infligido à equipe que trabalha no estabelecimento. Considerando esse cenário, o MenuMate começou a ser desenvolvido.

1.4 Próximos Capítulos

Nos capítulos que se seguem, será possível entender com detalhes alguns conceitos que permeiam o desenvolvimento do projeto, a motivação por trás da escolha do ambiente Restaurante, a estrutura da *startup Aberklar*, o serviço proposto, o aplicativo *MenuMate* e os resultados alcançados.

2. CONCEITOS

Para acompanhar o desenvolvimento do projeto, as ferramentas utilizadas e decisões tomadas durante o percurso, é necessário entender alguns conceitos básicos que permeiam a geração e o amadurecimento do produto e do serviço.

2.1 O que é startup?

Entre as diversas definições existentes, *startups* são compreendidas como organizações temporárias em busca de um modelo de negócios escalonável, reproduzível e lucrativo¹. Startups também são vistas como pequenas empresas orgânicas, com crescimento acelerado e baseadas em networking ao invés de mecânicas e burocráticas².

1 Blank & Dorf, 2012

2 Fernald Jr., Solomon, & Tarabishy, 2005

O modelo de negócios, ao contrário da maioria das grandes empresas, é bastante flexível e, por isso, um dos recursos favoritos no mundo das *startups* é o *Business Model Canvas* (“Painel de Modelo de Negócios”, tradução livre), uma ferramenta estratégica que permite que o modelo de negócios seja desenvolvido, detalhado, desafiado, melhorado e remodelado³ de modo que, ao observar o painel, é possível entender de maneira rápida e intuitiva qual é a base e a relação entre as áreas do negócio, quais áreas precisam de melhorias e quais precisam ser remodeladas, além de ser um convite para co-criação, atividade que possibilita identificar rapidamente falhas no negócio e no mercado, e facilita encontrar maneiras criativas de lidar com essas falhas⁴.

Considerando a essência de uma *startup*, é correto inferir que o ambiente desse tipo de organização é extremamente dinâmico. Pequenas mudanças no cenário conseguem ser facilmente sentidas pelas pessoas envolvidas no projeto, pois no desenvolvimento de produtos e serviços, etapas de prototipação e teste são imprescindíveis e muito frequentes.

Uma grande característica desse tipo de organização é, devido aos processos simplificados e o baixo investimento inicial – que muitas vezes se resume ao tempo investido pelas pessoas da equipe –, a grande aproximação entre o projeto e o usuário para o qual aquele produto ou serviço está sendo desenvolvido. O motivo por trás dessa característica é muito simples de entender: com capital humano e financeiro bastante reduzidos, geralmente *startups* tem que agir de maneira conservadora quando o assunto é dinheiro, caso contrário podem comprometer a evolução do projeto e, até mesmo, as chances de sucesso da empresa.

Nenhuma *startup* tem como objetivo ser uma *startup* para sempre. E o fato de existir essa definição, não inclui automaticamente as empresas consolidadas no grupo de empreendimentos engessados, não-criativos/inovadores e “caretas”. Após sentir o mercado, validar o produto com os usuários e criar um protótipo consistente, é hora da *startup* encontrar seu espaço no mercado real, é a hora de colocar o serviço para funcionar, de colocar o produto à venda. De acordo com a definição de *startup* citada acima, o objetivo é encontrar um modelo de negócios escalonável, reproduzível e lucrativo e, com isso, consolidar-se como uma nova empresa. Novamente, essa mudança de status não exclui que práticas positivas que eram desenvolvidas enquanto

3 Business Model Canvas. (disponível em <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>, acessado em 18/11/2014).

4 Why Co-Creation Is the Future for All of Us (disponível em <http://www.forbes.com/sites/ashoka/2014/02/04/why-co-creation-is-the-future-for-all-of-us>, acessado em 18/11/2014).

startup continuem a ser replicadas na empresa, porém nesse segundo estágio a equipe possui uma estabilidade maior.

O ambiente gerado por uma organização que se adequa a definição de *startup* atrai, entre outros perfis, aquelas pessoas que tem características empreendedoras, são flexíveis, estão dispostas a contribuir e causar impacto positivo. O ambiente junto ao perfil das pessoas dentro da Aberklar propiciam a oportunidade quase perfeita para ao desenvolvimento de um aplicativo como o MenuMate, pois ele é dinâmico e depende diretamente da resposta dos usuários – desde donos de restaurantes a seus clientes – para ser bem sucedido.

2.2 Desenvolvimento *Agile* e *Lean Startup*

Dois conceitos que guiam o desenvolvimento do *MenuMate* e da própria *Aberklar* são o desenvolvimento *Agile* e o *Lean Startup*. Guiados por eles, os processos internos tornaram-se mais eficientes e focados no que importa, que é a utilização inteligente dos recursos disponíveis e a elaboração da experiência orientada ao usuário.

O desenvolvimento *Agile* promove uma nova maneira de desenvolver *software*. Entre os valores do manifesto *Agile*, estão a valorização dos indivíduos e interações acima dos processos e ferramentas, *software* em funcionamento acima da documentação abrangente, colaboração com o cliente acima da negociação de contratos, responsividade às mudanças acima da obediência a um plano pré-estabelecido⁵.

O resultado desse conceito aplicado à rotina de trabalho dentro da *startup* é que o foco é ajustado para o que vai trazer melhores resultados, seja na relação entre os indivíduos do time, seja na interação entre o produto/serviço com os usuários/mercado. Todavia, a valorização de alguns aspectos sobre outros não exclui a responsabilidade de negociar bem um contrato, documentar o *software* ou ter um plano a ser seguido.

Já no caso do conceito de *Lean Startup*, a principal ideia é desenvolver soluções desperdiçando a menor quantidade possível de recursos no percurso⁶. Como consequência, as equipes que adotam esse conceito geralmente são enxutas, seus membros desempenham mais que uma função e há intensa colaboração na equipe.

5 Agile Manifesto (disponível em <http://agilemanifesto.org/iso/ptbr>, acessado em 19/11/2014)

6 The Lean Startup (<http://theleanstartup.com>, acessado em 19/11/2014)

Quanto mais rápido e barato a *startup* conseguir desenvolver iterações – ciclo de passagem completa pelas atividades necessárias para a liberação de uma versão estável e consistente do produto/serviço⁷, processo no qual a equipe valida ou descarta as hipóteses levantadas no desenvolvimento do produto – maiores serão suas chances de sucesso⁸.

2.3 Design de Serviços

“Um serviço é uma cadeia de atividades que formam um processo e tem valor para o usuário final” (SAFFER, Dan, 2007, p.175). Nesse contexto, “o design de serviços (...) foca no contexto – em todo o sistema” (SAFFER, Dan, 2007, p.175).

A mudança de foco entre o design puramente de produtos para o design de serviços baseia-se na necessidade de melhorar o padrão de vida das pessoas (POLAINE, A.; LOVLIE, L.; REASON, B, 2013). Atualmente, é possível identificar muitas sociedades que estão saturadas de bens materiais e, em decorrência dessa saturação – entre outros fatores – as necessidades das pessoas mudaram. Ao aplicar a consistência do design em todas os elementos de um serviço, a experiência humana será satisfatória, porém um serviço apenas gera valor quando é utilizado.

2.4 Design Centrado no Usuário

“A filosofia por trás do design centrado no usuário é simples: o usuário sabe melhor que ninguém” (SAFFER, Dan, 2007, p. 31). Essa ideia é o pivô de projetos que buscam, em alguma instância, melhorar a qualidade de vida das pessoas, pois consideram as necessidades reais dos usuários, e não o que a empresa ou a equipe sozinhos pensam ser o melhor para o público-alvo de um lançamento.

O método envolve os usuários em todos os estágios do desenvolvimento do produto (SANTOS, Fátima A. e SOUTO, Virgínia. T., 2014, p.142) e os objetivos deles são realmente importantes. Por este motivo, designers focam no que os usuários mais querem alcançar, definem as tarefas e os meios para que a experiência seja bem-sucedida, mas sempre com as necessidades e preferências dos usuários em mente (SAFFER, Dan, 2007, p. 31).

7 Iteração (disponível em http://www.funpar.ufpr.br:8080/rup/process/workflow/manageme/co_phase.htm, acessado em 19/11/2014).

8 O que é a Lean Startup (<http://www.manualdastartup.com.br/blog/o-que-e-a-lean-startup>, acessado em 19/11/2014).

O design centrado no usuário é um excelente método para que o desenvolvimento do serviço ou produto se distancie de preferências pessoais de membros da equipe e se aproxime das necessidades e objetivos do usuário (SAFFER, Dan, 2007, p. 32).

2.5 Design de Interfaces

Ao propor um produto, serviço, aplicativo e outras experiências, é necessário criar um meio para que as pessoas se conectem com o que foi proposto. Esse meio intermediário é a interface, por meio dela as interações entre usuário e produto/serviço acontecem. O conceito de interface não está restrito ao meio digital, porém esse é o foco do presente projeto.

Os principais elementos da interface são o layout (grid, elementos gráficos, ícones, fluxo visual), a tipografia (família, peso, alinhamento, tamanho), as cores, as telas (tamanho, resolução, qualidade) e os arredores (moldura, textura etc), funcionalidades, ações e fluxo de navegação (SAFFER, Dan, 2007, p. 123 - 137).

3. POR QUE O RESTAURANTE?

Na Alemanha, como em grande parte do mundo, o tempo é um recurso escasso. Ao contrário do que acontecia há trinta anos, a rotina das pessoas é muito mais intensa do que era anteriormente. Hoje é muito comum, em apenas um dia, ter três compromissos, que podem estar relacionados ou não a trabalho e que muito provavelmente serão em lugares diferentes que nem sempre serão próximos um do outro. Além disso, o indivíduo necessita de tempo para trabalhar, estudar, dormir, se alimentar, cuidar de si.

Considerando o tempo um dos recursos mais valiosos que o indivíduo tem, é correto concluir que ninguém – ou pelo menos a maioria das pessoas – está disposto a desperdiçá-lo com coisas que não sejam importantes.

Engarrafamentos, superlotação, filas, serviços lentos e de baixa qualidade. Não é difícil imaginar a última vez que alguém teve que passar por alguma dessas situações. Provavelmente foi hoje, foi há alguns minutos ou, na verdade, há uma grande chance que esteja acontecendo agora. A cabeça do empreendedor é configurada para sistematicamente realizar o seguinte conjunto de ações: prestar atenção no ambiente ao seu redor, ou seja, manter um posicionamento crítico quanto ao que lhe é oferecido, seja por empresas, governo, outras pessoas ou até mesmo a natureza, e identificar

produtos/serviços/experiências que de alguma forma poderiam ser melhorados.

Para indivíduos que pensam como empreendedores, qualquer situação na qual seja identificado o desperdício de tempo, um recurso tão precioso, já se torna uma grande oportunidade para melhorias e, quem sabe, empreender. Não é sem razão ou apenas por moda que muitos dos serviços básicos, que há anos as pessoas necessitavam se deslocar, pegar filas e, muitas vezes, serem mal atendidas, hoje estão em peso disponíveis no meio virtual, como por exemplo o banco, algo tão básico para as pessoas e que hoje consegue disponibilizar a maior parte dos seus serviços por meio de *sites*.

Todavia, apenas economizar tempo não é o suficiente para satisfazer completamente o usuário. Um serviço bom, que diminui a ansiedade, o nível de estresse e o esforço cognitivo, ao mesmo tempo que torna a experiência acessível para o maior número de pessoas possível, é também muito valorizado.

Trazendo esse contexto para dentro de outro serviço que movimenta mais de 140 bilhões de reais apenas no Brasil⁹, os restaurantes são grandes alvos de críticas por parte dos clientes. Até que ponto um jantar saboroso compensa a espera, a desorganização, os erros e a demora no atendimento e o preço da experiência?

Por acreditar que esse cenário oferece espaço suficiente para uma grande melhoria, e aproveitando o contexto atual, no qual tecnologias diversas estão cada vez mais acessíveis, surgiu a ideia de desenvolver o *MenuMate*. Trata-se de um aplicativo, para *tablets* que utilizem o sistema *Android*, que, em conjunto com a melhoria dos serviços impactados pelo novo sistema – atendimento, pedido, preparo, logística, gerência, estoque, pagamento etc – , visa proporcionar uma nova experiência ao frequentar restaurantes.

3.1 Objetivos do *MenuMate* (OMITIDO)

3.2 A Experiência no Restaurante

Após frequentar diferentes restaurantes, com o objetivo de analisar o serviço prestado e confrontar a percepção de valor *versus* o preço pago pelo serviço, gerou-se uma descrição de uma “situação-modelo”, que envolveria pontos relevantes de

9 Abrasel (disponível em <http://www.abrasel.com.br/index.php/component/content/article/7-noticias/2991-23102014-negocios-de-alimentacao-fora-do-lar-devem-movimentar-r-140-bilhoes-neste-ano.html>, acessado em 20/11/2014)

cada experiência e que serviria de referência na hora de pensar em como reduzir os desafios que os clientes enfrentam enquanto se alimentam fora de casa. A situação é a seguinte:

Joana foi ao restaurante em uma sexta-feira após o expediente do trabalho encontrar-se com seu amigo Fernando, que tinha acabado de se mudar para a cidade e queria muito encontrá-la. Joana estava cansada, após uma semana intensa de trabalho, e não via a hora de encontrar Fernando, pois tinha certeza que a conversa seria animada e que daria boas risadas.

A frustração começou quando Fernando, por conta de um engarrafamento, ligou para Joana e disse que se atrasaria trinta minutos. Ela já estava dentro do restaurante, esperando o garçom aparecer. Cinco minutos depois, o garçom entrega o cardápio e pergunta se Joana já gostaria de pedir algo. Ela pede uma cerveja e o garçom sai. Sem bateria em seu celular, Joana folheia o cardápio inúmeras vezes, tanto que já decorou todas as entradas, e quando decidiu passar para os pratos principais, o garçom voltou com sua bebida. O garçom pergunta se ela já sabe o que vai pedir, porém Joana explica que está à espera de um amigo. O garçom balança a cabeça afirmativamente e sai.

Vinte minutos depois, chega Fernando, se desculpando profusamente. Joana se anima um pouco, já que o tédio que estava sentindo aparentemente estava com os minutos contados. Ela já sabia o que pedir, então entrega o cardápio para Fernando, que acena constantemente para que o garçom o veja, pois gostaria de pedir uma cerveja o mais rápido possível.

O garçom demora tempo o suficiente para que Fernando escolha seu prato e, então, realiza todos os pedidos de uma vez. Ele e Joana começam a conversar e o assunto flui exatamente como Joana previu: descontraído e cheio de risadas.

Mesmo com a conversa boa, Fernando não pôde deixar de notar como sua cerveja estava demorando para sair. Mesmo que o restaurante estivesse lotado, ele não conseguia entender como encher um copo de chope demoraria tanto, então volta a acenar para o garçom que,

depois de sete minutos, passa pela mesa deles. Fernando o lembra do chope, e o garçom informa que o trará em breve. Cinco minutos depois, o garçom entrega o chope.

Como já não estava com sede, Joana começou a ficar ansiosa pela comida, que àquela altura já estava demorando mais que quarenta minutos para chegar. Ela decide ter um pouco mais de paciência, e continua conversando com Fernando que, depois de alguns minutos, se retira para ir ao banheiro. Agora que não tinha outra distração, Joana só pensava na comida, que parecia que nunca iria chegar. Mais uma vez, ela passa alguns minutos acenando para todos os garçons que estivessem dentro de seu ângulo de visão. Em três minutos, um garçom – que não era o que estava atendendo a mesa – aparece e pergunta se poderia ajudá-la. Ela explica a situação da comida e informa o tempo que está esperando e então o garçom diz que ele não sabe o que está acontecendo e que ela deveria chamar o garçom que a atendeu.

Joana volta a acenar e a procurar o garçom de sua mesa que, em cinco minutos e já sem muita paciência, volta e pergunta o que ela deseja. Ela informa sobre a demora da comida e o garçom diz que vai dar uma olhada. Nisso, Fernando volta do banheiro e Joana já está mal humorada. Sem entender o que poderia ter acontecido, Fernando pergunta se está tudo bem. Joana responde que já está com muita fome, os garçons não sabem de nada e, para completar, ainda a trataram mal. Fernando fala para Joana relaxar e continua o assunto de onde pararam.

Após dez minutos, o garçom finalmente chega com os pratos, os entrega, deseja um bom apetite e sai. Joana e Fernando passam mais trinta minutos comendo e conversando e, quando percebem, já está muito mais tarde do que imaginavam e concordam em pedir a conta.

Mais uma vez, acenam juntos para o garçom, que chega a mesa em três minutos. Joana informa que eles gostariam de pagar, então o garçom sai e pede que a conta da mesa 23 seja impressa. Sete minutos depois, o garçom volta com a nota e Fernando pede, então, a máquina para passar cartões. Depois de outros sete minutos, o garçom volta com a máquina, recebe os pagamentos, deseja uma boa noite e sai.

Fernanda está completamente exausta e, ao contrário do que esperava, pra ela o jantar foi mais cansativo do que prazeroso e, naquele momento, uma associação negativa em sua mente foi feita ao nome daquele estabelecimento.

Na situação descrita, é possível enumerar diversos pontos no qual a experiência de Fernando e Joana foi negativa. Essa cena se repete em diversos tipos de restaurante, várias horas do dia, sete dias por semana.

Fora a situação com clientes, também há outros casos que consideram a experiência do gerente do restaurante ao realizar seu trabalho, do chefe de cozinha ao gerir essa área-chave do restaurante durante o horário de funcionamento, bem como a dinâmica de gestão de estoque, todavia o detalhamento dessas outras áreas está fora do escopo desse projeto no momento atual, porém deverão ser descritas e exploradas no futuro próximo, após o *MenuMate* ser instalado em alguns restaurantes na Alemanha.

4. A STARTUP ABERKLAR

Como mencionado anteriormente, a Aberklar (“Mas é claro!”, tradução livre) surgiu depois de uma conversa despretenciosa entre os atuais sócios da *startup*. O time, inicialmente composto por Ingmar Wolff e Paulo Henrique Azevêdo, tinha por objetivo o desenvolvimento de um aplicativo “bonito” que substituísse os cardápios de papel disponíveis nos restaurantes e também possibilitasse a realização desde o pedido até o pagamento sem a ajuda de um garçom.

Em um ano, a equipe cresceu, elevando de dois para sete o número de membros, agora distribuídos nas áreas de design, tecnologia da informação, gestão de projeto e vendas. O time, que conta com quatro alemães, dois brasileiros e um turco, é internacional e multidisciplinar. O idioma oficial adotado pela equipe é o inglês e, entre todos os desafios encontrados, lidar com as diferenças culturais certamente é um dos maiores.

Ao mesmo tempo em que a diversidade encontrada no time gera ótimos resultados no momento de co-criação do produto, pois agrega relatos de experiências e contextos extremamente diferentes um do outro, essa mesma diversidade pode ficar no caminho do acordo entre as partes e, até mesmo, o entendimento entre elas.

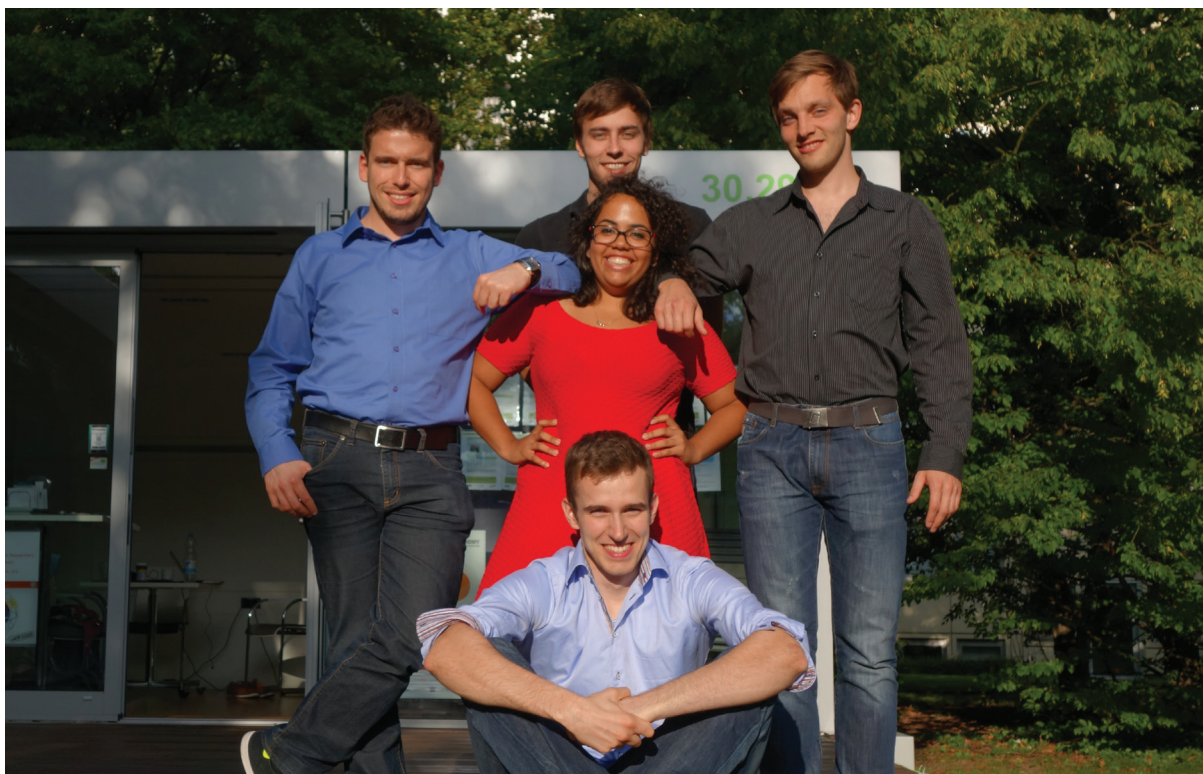


Figura 1. Parte da equipe Aberklar. Paulo (esquerda), Raphael (meio, em pé), Ingmar (direita), Clara e Mark.

Por esse motivo, dentro da Aberklar, semanalmente realiza-se uma reunião para acompanhamento do desenvolvimento do produto e do negócio e, também, para que discussões sejam abertas e soluções encontradas em equipe para os desafios que se apresentam frente a evolução da ideia.

Além disso, utiliza-se na *startup* uma plataforma de trabalho coletivo e gestão de projetos virtual, para que a equipe possa acompanhar o andamento de todas as frentes – seja design, vendas, desenvolvimento –, para compartilhar com os outros suas ideias e resultados e, também, integrar o conceito do produto com o desenvolvimento (tecnologia e design) e vendas.

Todas as informações necessárias para entender o momento do *MenuMate* podem ser acessadas nessa plataforma, o que viabiliza que o trabalho seja desenvolvido de qualquer parte do mundo, desde que haja conexão à internet disponível.

Outra característica forte da *Aberklar* é que o estilo de trabalho é bastante diferente do padrão de quarenta horas semanais, muitas regras e poucos benefícios. Dentro da *startup*, há interesse geral por desenvolvimento pessoal, alta qualidade de vida e, principalmente, a consciência de que o trabalho em si não deve impedir que os

membros desfrutem a vida intensamente.

Esse estilo de trabalho exige que o membro da equipe seja proativo e confiável e, para viabilizar uma carga de responsabilidade aceitável para cada um dos membros, o objetivo principal – que é o desenvolvimento de uma nova experiência para restaurantes – foi dividido em diversas etapas menores, que são as tarefas, que juntas formam as histórias, que agrupadas formam os *sprints*. Por exemplo, o **Sprint 1**, que agrupou as histórias iniciais para viabilizar versão *lite* do *MenuMate*, foi organizado da seguinte maneira:

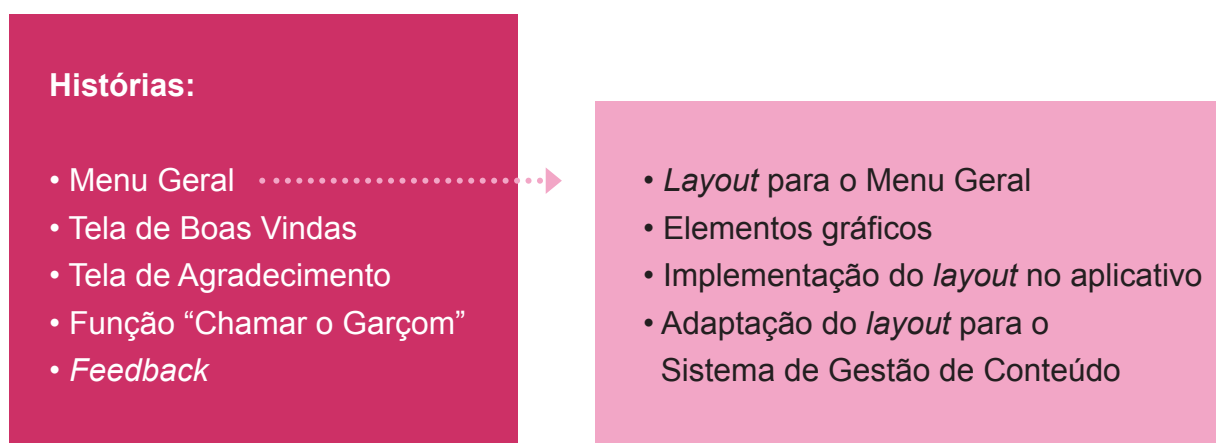


Figura 2. Estrutura resumida do *Sprint 1*

Dentro da *startup*, de tempos em tempos há uma reunião de fechamento e outra de abertura de novo *sprint*. Cada *sprint* dura cerca de um mês e possui uma série de tarefas específicas que são previamente definidas pelo gestor de projetos que, por sua vez, baseia suas decisões no *feedback* dos clientes, nos resultados alcançados no *sprint* anterior e, também, no aplicativo final que se deseja desenvolver.

Esse modelo de desenvolvimento facilita o acompanhamento do produto e viabiliza a interação por partes, que permite que ajustes mais assertivos sejam feitos em momentos oportunos ao invés de gerar uma grande lista de mudanças, que possivelmente é o que aconteceria caso o desenvolvimento estivesse focado em testar o aplicativo apenas quando ele estivesse completamente pronto.

Nesse sentido, o desenvolvimento de um aplicativo dentro da *Aberklar* segue o modelo de design centrado no usuário (UCD). Tal modelo de criação visa experimentar o aplicativo junto a um grupo de teste ou um grupo de usuários, ou ainda em um ambiente, em cada etapa de desenvolvimento, testando a sua aplicabilidade, seus aspectos cognitivos, e enfim sua apropriação pelo usuário.

Outro ponto forte no desenvolvimento do produto e serviço na *Aberklar* é que há um ciclo virtuoso entre a equipe, o produto, o *feedback* e a co-criação com os usuários finais.

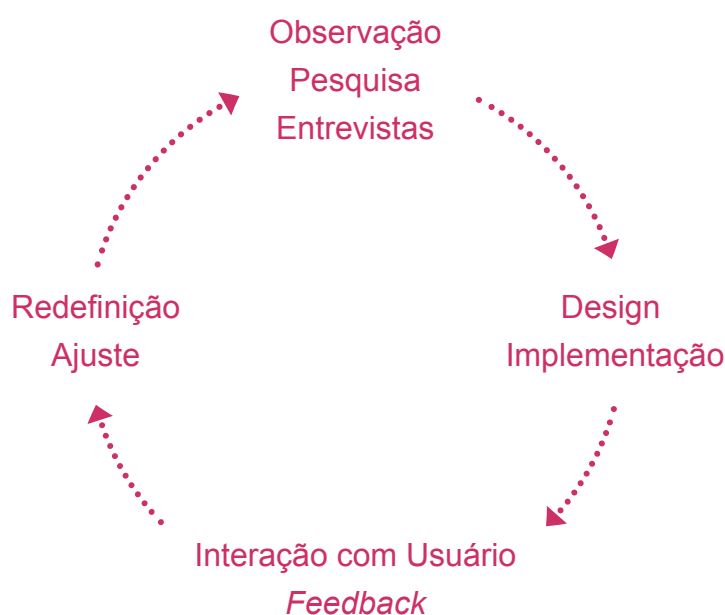


Figura 3. Ciclo simplificado de desenvolvimento do produto

Dessa forma, mantém-se o produto o mais próximo das necessidades reais de quem irá utilizá-lo no futuro e, cumulativamente, aumentará as chances de sucesso no mercado por resolver dificuldades que muitas vezes as pessoas nem sabiam que tinham até conhecerem uma opção melhor. Com isso, ao navegar por toda a evolução do *MenuMate*, é correto o leitor inferir que entre uma decisão e outra, houve *feedback*, seja do dono de restaurante, de garçons, clientes e até mesmo pessoas com pouco envolvimento no projeto.

Em termos gerais, essa é a maneira que a *Aberklar* trabalha e se organiza e o entendimento desses detalhes possibilita que a lógica por trás das etapas de desenvolvimento e das decisões tomadas sejam compreendidas com menor esforço.

5. O SERVIÇO

Serviços estão presentes na realidade das pessoas há anos, porém os serviços que são cautelosamente planejados para proporcionar a melhor experiência possível, são novos¹⁰. O serviço diferenciado é o que geralmente faz com que as pessoas escolham, entre ofertas de produtos exatamente iguais, este ao invés daquele.

Isso acontece até mesmo dentro de uma mesma rede de restaurantes. Por exemplo, em uma entrevista, coletou-se o seguinte depoimento:

“Eu moro em Taguatinga, porém não gosto de ir ao restaurante Kojima de Águas Claras, lá o espaço é pequeno e sempre há fila. Prefiro muito mais o do Plano Piloto que, além de ser maior, o gerente já me conhece, então sou melhor atendido lá.”

A mesma marca, a mesma qualidade da comida, os mesmos pratos, mas ainda assim o cliente prefere se deslocar quinze minutos a mais do que frequentar o restaurante que está à porta de sua casa. Esse é um dos diversos exemplos que mostra como um serviço de qualidade é importante para a tomada de decisão do cliente.

Ao trabalhar colaborativamente, tanto com clientes como entre diferentes áreas na equipe, o produto ou serviço final será potencialmente mais utilizável, eficiente e desejável¹¹.

Serviços muitas vezes incluem uma série de produtos, informações, interações e ciclos para que promovam uma experiência completa. Esse é um dos desafios do *MenuMate*, que inicialmente foi descrito apenas como cardápio digital e que hoje, junto aos dados que podem ser obtidos por meio dele, se posiciona de maneira a modificar a rotina de um restaurante e prover informações relevantes e indispensáveis para o planejamento estratégico do estabelecimento e melhoria da experiência oferecida ao cliente e à equipe.

Muitas vezes, por causa do foco na usabilidade do *MenuMate* pelo cliente do restaurante, encontraram-se gargalos na proposta de valor para o cliente da *Aberklar*, os donos de restaurantes. Por esse motivo, sempre que a ideia de uma nova função ou comportamento surge, analisa-se a relevância para todos os usuários igualmente.

10 Service Design Network (disponível em <http://www.service-design-network.org/intro>, acessado em 20/11/2014)

11 Service Design Network (disponível em <http://www.service-design-network.org/intro>, acessado em 20/11/2014)

Não é provável que o *MenuMate* seja bem sucedido se apenas se preocupar com uma das partes que interage com ele.

Ciente do conceito e relevância do design de serviços, a equipe busca sempre discutir e construir soluções colocando o(s) usuário(s) no centro da justificativa de suas decisões.

5.1 O Restaurante

Dentro de um estabelecimento comercial destinado ao preparo e comércio de refeições¹², há diversas jornadas que acontecem simultaneamente a fim de viabilizar o serviço a que se propõe oferecer ao cliente.

Os personagens principais, considerando o recorte do restaurante, são o gerente, o garçom, o maître, o chefe de cozinha, os fornecedores e os visitantes. Durante o desenvolvimento do projeto, os personagens que receberam maior foco e, conseqüentemente, foram melhor contemplados no que diz respeito a qualidade e quantidade de soluções propostas na versão atual do aplicativo e no conceito do serviço apresentado em reuniões com potenciais clientes, são, em ordem, os visitantes, o garçom e o gerente. Suas jornadas foram desenhadas, analisadas e a maior parte dos gargalos foram considerados na hora de desenhar a experiência do usuário.

Todavia, após rodadas e mais rodadas de iteração – ciclo de etapas percorridas para lançamento de uma versão estável do aplicativo –, percebeu-se que o serviço precisa evoluir como um todo. Não necessariamente implica que toda a experiência no restaurante será diferente da noite para o dia, porém no plano de implementação do serviço, melhorias na logística dentro da cozinha, no estoque e no fornecimento precisam também de atenção.

Algo que está sempre entre as ideias para o futuro do aplicativo é essa melhoria geral, porém, como em todas as outras etapas de desenvolvimento apresentadas até o momento, foi necessário priorizar as áreas que impactariam em maior escala em um primeiro momento, para que o dono do restaurante percebesse com maior facilidade o valor proposto pelo sistema e, conseqüentemente, levantasse menos barreiras para a implementação do *MenuMate* em seu estabelecimento.

12 Restaurante (disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Restaurante>, acessado em 20/11/2014)

5.2 A Jornada dos Usuários do Serviço

A partir da compilação de diversas experiências em diferentes restaurantes, uma jornada completa de um cliente em um restaurante foi descrita etapa por etapa, considerando as interações entre os personagens-chave. Para que esta etapa traga as informações objetivas e subjetivas ideais a leitores brasileiros, buscou-se um restaurante que se aproximasse em preço, estilo e experiência proporcionada pela L'Osteria, rede alemã especializada em comida italiana. Com isso, o restaurante escolhido em Brasília foi o Coco Bambu, ambiente o qual tem suas portas abertas para o jantar das 17:30 às 00:00 horas. Considerando o estabelecimento descrito, prevê-se que a mesma rotina, após as mudanças, poderia ser descrita de acordo com a Jornada A (página seguinte).

Nessa situação, o cliente do restaurante perde muito tempo esperando, seja o garçom, a comida ou até mesmo a oportunidade de se sentar à mesa, sem nenhum tipo de serviço de suporte para amenizar alguns desses pontos de insatisfação.

Ao analisar-se o detalhamento da jornada atual, é possível identificar momentos da interação que poderiam ser melhorados com algumas alterações no serviço e, principalmente, a inserção do *MenuMate* na rotina de funcionamento do estabelecimento. É previsto que a mesma rotina, após as mudanças, possa ser descrita de acordo com a Jornada B (próxima página).

Ao comparar as duas jornadas, considerando a alternativa na qual o *MenuMate* foi instalado, é visível, entre outros benefícios, que:

- o cliente espera menos tempo para que sua necessidade seja atendida;
- o cliente recebe mais atenção do garçom;
- o cliente tem chance de dar feedback instantâneo que de fato chegará aos ouvidos da gerência;
- o estresse infligido ao garçom é menor;
- o garçom tem mais tempo livre para focar no relacionamento com o cliente;
- a coordenação garçom-cozinha flui de maneira mais suave;

Partindo para a análise completamente numérica e racional, ao considerar que o Coco Bambu está aberto ao público por 6 horas e 30 minutos para o jantar, e percebendo que o cliente médio na Jornada A passa 3 horas e 7 minutos no restaurante, enquanto o cliente na Jornada B passa 2 horas e 14 minutos, o cenário



Gerente

Chega ao restaurante às **11 horas**, checa o estoque dos alimentos para o dia, checa suas mensagens e confirma a escala para o turno “jantar”, confirma os pedidos de entrega de ingredientes para o estoque, reúne com a equipe para passar avisos gerais.

Garçom

Chega ao restaurante às **15 horas**, ajuda a maîtresse a organizar as mesas reservadas, certifica-se que todas as mesas possuem itens básicos, como guardanapos e temperos, reúne com a equipe para ouvir os avisos gerais.

Maîtresse

Chega ao restaurante às **15 horas**, checa a lista de reservas, prepara a mesa, com ajuda dos garçons, reúne com a equipe para ouvir os avisos gerais.

Cozinha

Chega ao restaurante às **15 horas**, checa os itens da cozinha, checa o estoque de alimentos, organiza a cozinha para o turno “jantar”, reúne com a equipe para ouvir os avisos gerais.

Visitantes

Chegam ao restaurante pontualmente às **20 horas** para jantar.

Coco Bambu, sexta-feira, jantar:

Chegam ao restaurante às **20 horas**, porém há outras três pessoas na fila para falar com a maîtresse.

Esperam **oito minutos**.

Pede desculpas pela espera e pergunta se têm reserva.

Respondem que não e pedem mesa para dois.

Encaminha as visitantes para a mesa e deseja um bom jantar.

Três minutos após as visitantes se sentarem, deseja as boas vindas e entrega um cardápio de papel para cada uma. Pergunta se já gostariam de pedir bebidas.

Pedem dois drinques.

Anota o pedido e repete em voz alta.

Confirmam.

Sai.

Decidem o que pedir em **dezoito minutos**. Esperam mais cinco minutos até o garçom chegar com os drinques. Pedem o Camarão Especial, mas sem batata palha.

Repete em voz alta.

Confirmam.

Pergunta se gostariam de pedir mais alguma coisa.

Pedem outros dois drinques.

Repete em voz alta.

Confirmam.

Sai.*

Conversam por **dezoito minutos**.

Entrega os novos drinques e retira os copos vazios.

Conversam por mais **dezoito minutos**.

Entrega o prato principal e se vira para sair.

A visitante chama a atenção do garçom e pede dois refrigerantes.

Repete em voz alta.

Confirma.

Anota e sai.

Sete minutos depois, entrega os refrigerantes.

Agradecem e continuam a comer e conversar.

Após **trinta e cinco minutos**, estão satisfeitas e afastam os pratos.

Após **cinco minutos**, vai à mesa, pergunta se gostaram da refeição, se ele pode retirar os pratos e se elas gostariam de pedir sobremesas ou outras bebidas.

Dizem que o jantar estava delicioso e que agora

querem duas águas e dois *petit gâteau*.

Repete em voz alta.

Confirmam.

Anota, recolhe os pratos e sai.**

Após **oito minutos**, entrega as águas.

Após **treze minutos**, entrega as sobremesas.

Agradecem.

Depois de **vinte minutos**, terminam as sobremesas.

Após **cinco minutos**, volta à mesa e pergunta se estão satisfeitas.

Sim.

Recolhe os pratos e sai.

Dez minutos depois, acena para o garçom trazer a conta.

Sete minutos depois, leva a conta à mesa.

Pedem a máquina do cartão.

Sai e volta **três minutos** depois, com a máquina.

Em **oito minutos**, dividem e pagam a conta com os 10% inclusos.

Agradece, deseja boa noite, sai.

Levantam-se e saem.

* Detalhes:

- Entrega a nota com o pedido ao chefe de cozinha.
- Checa o pedido, designa um dos cozinheiros a preparar, falando em voz alta o prato e a especificidade.
- Um dos cozinheiros diz “ok” e começa a preparar o pedido.
- O chefe anda pela cozinha auxiliando os cozinheiros no preparo dos pratos e controlando a saída dos pedidos, mantendo um mural com as notas dos pedidos e todos os detalhes em sua cabeça.
- Após trinta e três minutos de preparo, o chefe de cozinha coloca o prato pronto no balcão dos pedidos.
- Busca o pedido e leva à mesa.

** Detalhes:

- Sai da mesa, vai à cozinha deixar o pedido da sobremesa.
- Em seguida, vai ao bar deixar o pedido das águas (drinques, etc).
- Atende outras mesas.
- Volta ao bar, busca e entrega as águas.
- Atende outras mesas.
- Volta a cozinha, busca e entrega as sobremesas.
- Atende outras mesas.



JORNADA “B” | A Experiência no Restaurante Depois do MenuMate

Local-fantasia: Restaurante Coco Bambu, com horário de funcionamento para jantar das 17 horas e 30 minutos à meia noite.



Gerente

De casa, abre o painel de controle do *MenuMate* em seu computador pessoal e checa os ingredientes disponíveis para o dia, ingredientes a serem entregues, escala de garçons e cozinha. Dispara mensagem automática com informações importantes para todos os funcionários do turno. Chega ao restaurante às **15 horas**. Checa se está tudo ok com o sistema *MenuMate* e com o hardware (Impressoras, telas, *tablets*)



Garçon

Chega ao restaurante às **15 horas**, ajuda a *maître* a organizar a disposição das mesas reservadas, certifica-se que todas as mesas possuem itens básicos, como guardanapos e temperos. Faz *log-in* em todos os *tablets* que será responsável na noite e checa se estão 100% carregadas.



Maître 1 e 2

Chega ao restaurante às **15 horas**, checa a lista de reservas, prepara as mesas, com ajuda dos garçons.



Cozinha

Chega ao restaurante às **15 horas**, checa os ingredientes na cozinha, atualiza as informação de estoque no painel de controle do *MenuMate*, organiza a cozinha para o turno “jantar”.



Visitantes

Chegam ao restaurante pontualmente às **20 horas** para jantar.

Coco Bambu, sexta-feira, jantar:

Chegam ao restaurante às **20 horas**, porém há outras três pessoas na fila para falar com a *maître*.

Esperam **quatro minutos**.

Saúda as visitantes, pede desculpas pela espera e pergunta se elas possuem reserva.

Respondem que não e pedem mesa para dois.

Confirma e as apresenta ao *maître* 2, que irá levá-las à mesa. Enquanto caminha em direção a mesa, agradece as visitantes por terem escolhido o Coco Bambu. Deseja uma noite saborosa e adorável às visitantes. Sai.

Sentam-se.

Imediatamente se direciona à mesa das novas visitantes com o *tablet* em mãos. Deseja boa noite e pergunta se elas já conhecem o sistema.

Respondem que não.

Em **sete minutos**, apresenta o sistema e informa que dentro do próprio *tablet* elas serão adicionalmente orientadas e, caso tenham qualquer dificuldade, elas podem tocar o botão “garçon” que ele voltará à mesa.

Agradecem. Em **dez minutos**, pedem dois drinks e uma entrada.

Seis minutos depois de receber o pedido, entrega os drinks e pergunta se há alguma dúvida ao usar o sistema.

Respondem que não.

Sai e, **dez minutos** depois, traz as entradas.

Agradecem e começam a olhar o menu para escolher o prato principal. Em **dez minutos** escolhem o que gostariam de comer e realizam o pedido pelo *tablet*, junto a outros dois novos drinks.

Seis minutos depois de receber o pedido, entrega os novos drinks e recolhe os copos vazios. **Vinte e cinco minutos** depois de receber o pedido principal, entrega os pratos e pergunta se está tudo ok.*

Confirmam.

Deseja bom apetite e sai.

Se alimentam por **trinta minutos** e decidem fazer novos pedidos, dois drinks e duas sobremesas.

Após **seis minutos**, entrega os drinks. Após treze minutos, entrega a sobremesa.

Após a sobremesa, uma das visitantes vai ao banheiro e a outra, para se distrair, checa a sessão de entretenimento no *tablet* por **sete minutos**. Lá, acessa informações complementares e curiosidades sobre o Coco Bambu.

A visitante que estava ao banheiro retorna e, junto à outra visitante, decidem pedir a conta, especificando a forma de pagamento.

Em **cinco minutos**, deixam seu *feedback* sobre a experiência no próprio *tablet*.

Após **cinco minutos**, chega à mesa com a conta já dividida, com a máquina do cartão e troco para R\$100,00.

* Detalhes:

Quando os clientes fazem o pedido, este é enviado diretamente para a cozinha, onde uma impressora térmica está localizada.

Quando as clientes chamam o garçon, ele pode ver o aviso na *tablet* dos garçons.

Quando a cliente pede drinks, o pedido vai diretamente para o bar, onde também há uma impressora térmica.

Se o cliente pede algo equivocadamente, apenas o garçon tem acesso ao cancelamento e deverá fazer a ponte entre cliente e cozinha para evitar prejuízos.

No *MenuMate* será possível dividir a conta, definir se vai pagar gorjeta e escolher a forma de pagamento.

Na sessão de *feedback*, a pessoa pode avaliar a experiência. Em casos de avaliação muito baixa, o gerente, que estará acompanhando as estatísticas do turno em tempo real por meio do painel de controle do *MenuMate*, poderá agir com o cliente ainda dentro de seu estabelecimento, aumentando as chances de transformar a experiência em algo positivo.

que inclui o *MenuMate* possibilitaria que em média três clientes/grupos de clientes fossem atendidos por mesa ao invés de apenas dois, como ilustra a Jornada A.

Considerando que o Coco Bambu tenha 150 mesas e que cada uma delas tenha uma média de consumo de R\$200,00 por cliente/grupo de clientes, a alteração no tempo gasto em cada sessão do serviço oferecido, com a otimização dos processos ocasionadas pela implementação do *MenuMate* pelo restaurante, poderia gerar um faturamento bruto de aproximadamente R\$30.000,00 reais a mais por noite de funcionamento, visto que na Jornada A ele seria de R\$60.000,00 e na Jornada B a quantia bruta seria de R\$90.000,00.

A principal observação que se pode ser feita ao comparar essas duas realidades é que aos poucos e de maneira consistente o serviço evolui e gera maior percepção de valor para cada um dos usuários envolvidos.

5.3 Limitações do presente e a visão de futuro

No imaginário coletivo da equipe *Aberklar*, já flutuam diversas ideias para mudanças nas experiências oferecidas pelos restaurantes hoje. Todavia, como descrito em diversos momentos dentro do presente relatório, o cenário atual da *startup* no mercado exige que o projeto ofereça mais benefícios tangíveis, como o *tablet* com o *MenuMate* instalado e integrado ao sistema do restaurante. Em um segundo momento, planeja-se amadurecer a abordagem da *startup* com clientes consolidados, abrindo o leque de possibilidades por meio da otimização das etapas do serviço de cada estabelecimento. Entender e lidar com esse tipo de limitação e identificar o momento correto de buscar maior permeabilidade no serviço do restaurante, também faz parte da rotina de trabalho dentro da *Aberklar*.

Por este motivo, o que o *MenuMate* oferece hoje aos restaurantes é um sistema digital de cardápio no qual o cliente do restaurante pode conhecer todos os pratos e drinks, dar *feedback* e interagir e conhecer mais sobre o estabelecimento.

O cardápio digital tem como eixo a disponibilização de fotos, que facilita a escolha do prato e, extrapolando um pouco, auxilia estrangeiros a escolherem o que comer sem necessariamente falarem o idioma nativo do país que se encontram. Também é possível chamar o garçom à mesa sem precisar procurá-lo pelo restaurante e acenar diversas vezes, é possível editar e realizar o pedido e, também requerer a conta.

Para o futuro, uma integração tecnológica ainda mais forte buscará automatizar a maior parte possível dos processos, fazendo que, por exemplo, o cliente possa pagar sua conta por meio do próprio *tablet* e que o estoque de ingredientes dos restaurantes esteja conectado com os fornecedores, de maneira que em tempo real informações sejam disparadas aos parceiros para que os alimentos para o dia seguinte sejam entregues sem que seja necessário que o gerente ou o chefe de cozinha controle manualmente o estoque.

(OMITIDO)

6. CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO *MENUMATE*

Após definirem que desenvolveriam um cardápio digital para restaurantes, que contivesse todas as funcionalidades descritas anteriormente, Paulo e Ingmar criaram páginas e mais páginas de especificações e comportamentos para o aplicativo, que serviria como guia de desenvolvimento. Esse processo inicial era basicamente resultado de reuniões que ambos realizavam juntos, baseado na experiência que cada um possuía.

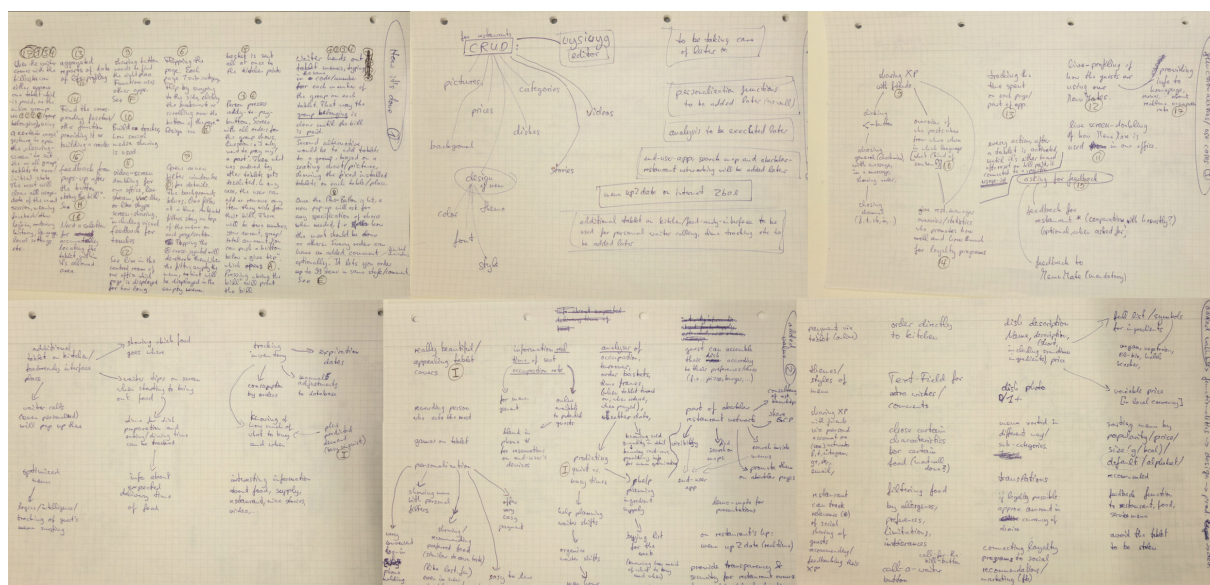


Figura 4. Fotos ilustrativa de algumas das páginas de especificações.

Com base nas páginas de especificações, eles também desenvolveram um Produto Viável Mínimo (PVM), que é a versão mais básica do produto ideal que, com um investimento baixo de tempo e esforço, é capaz de emular as características que se deseja disponibilizar no produto final real.

Apesar de compilar em um único aplicativo todas as funções que idealmente fariam parte do aplicativo final, nota-se que nesse momento a preocupação era maior em o que oferecer ao invés de como oferecer. Como essa solução interagiria com os usuários?, Quão fácil seria para que um cliente, por exemplo, utilizasse alguma das funções representadas pelos pequenos ícones no canto inferior direito da tela?



Figura 5. PVM - Zoom para mostrar os ícones

O resultado apresentado não traduz o que Paulo e Ingmar gostariam de apresentar como produto, porém era o mais próximo que eles conseguiram criar considerando suas habilidades e o tempo disponível. Todavia, esse cenário apresentava uma excelente oportunidade de introduzir o design de maneira consistente na startup, resultando na quebra de paradigma necessária para nutrir um ambiente de trabalho e colaboração mais propício ao desenvolvimento de um projeto pensado desde o momento zero ao invés de algum produto medíocre embalado de maneira atraente.

Com a entrada da designer e do gestor de projeto no time, houve um redirecionamento do foco, que agora colocava o holofote sobre o usuário. Nessa nova etapa, as tarefas eram identificadas, descritas e priorizadas, e esse foi o início do processo que culminaria na criação de *sprints*.

Um grande desafio desse período foi abrir mão de ter todas as funcionalidades disponíveis de uma vez, para dividir o desenvolvimento em etapas e as ter implementadas aos poucos. O passo inicial foi repensar, agora em uma equipe maior, todos os requisitos, comportamentos e interações previstos para o aplicativo.

6.1 *Startup Weekend Karlsruhe*

Em novembro de 2013, se apresentou a *startup* a oportunidade de participar de um final de semana focado no desenvolvimento de ideias. Nesse evento, foram disponibilizados um ambiente de trabalho colaborativo, conexão a internet, alimentação e bebidas por quase sessenta horas seguidas, reduzindo a um número mínimo a quantidade de preocupações que os times lá presentes deveriam ter, possibilitando que pudessem trabalhar intensamente.

Nesse contexto, conduzidos pela designer, os membros da *Aberklar* começaram a reconceituar e redefinir o produto a fim de criar uma solução mais consistente e que fosse de fato capaz de guiar o desenvolvimento por um tempo maior.

O que começou com diversos planos, agendas e métodos pré-estabelecidos – inicialmente propostos pelos sócios-fundadores – logo abriu espaço para um processo mais flexível e colaborativo. Uma das grandes vantagens de uma *startup* é que ela propicia um ambiente no qual experimentação é bem-vinda e bem vista e, com isso, novos processos foram testados para definir o que seria o *MenuMate*.

Inicialmente, identificou-se a necessidade de ter uma visão melhor do todo: como funciona um restaurante? Como as pessoas se comportam? Quais são as preocupações dela quando saem sozinhas, em grupos pequenos, em grupos maiores, com a família? Qual é a diferença entre o almoço durante o horário de trabalho e o jantar do final de semana? Quais são as dificuldades que cada parte desse público poderia ter? O que pode ser oferecido por meio dessa nova experiência para que eles saiam mais satisfeitos? Qual é o impacto disso no faturamento? Qual é o impacto disso no trabalho dos garçons? E da gerência?

Percebeu-se que as perguntas eram muitas e, por isso, a primeira ação tomada foi traduzir todas essas informações e preocupações, existentes no mundo das ideias, de maneira mais visual em painéis.

Figura 7. Paineis de identificação das situações “Pessoas Sozinhas” e “Crianças com os Pais”

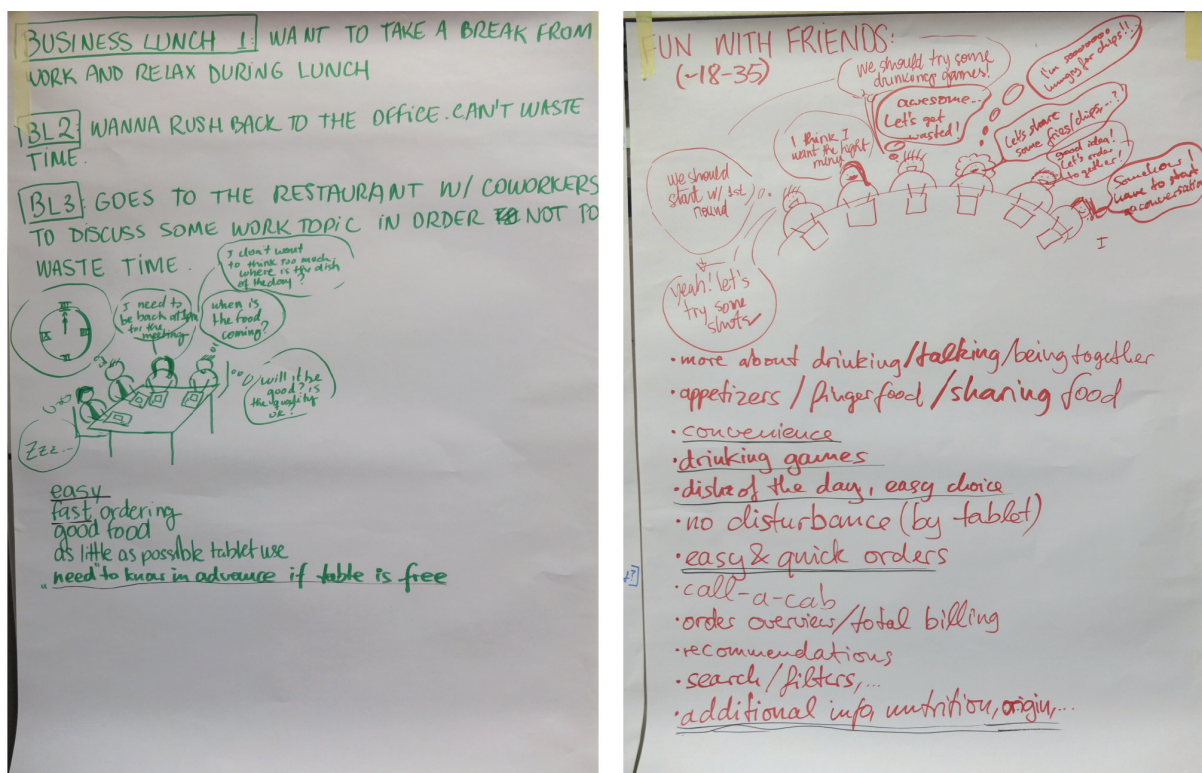


Figura 8. Painéis de identificação das situações “Almoço de Negócios” e “Diversão com Amigos”

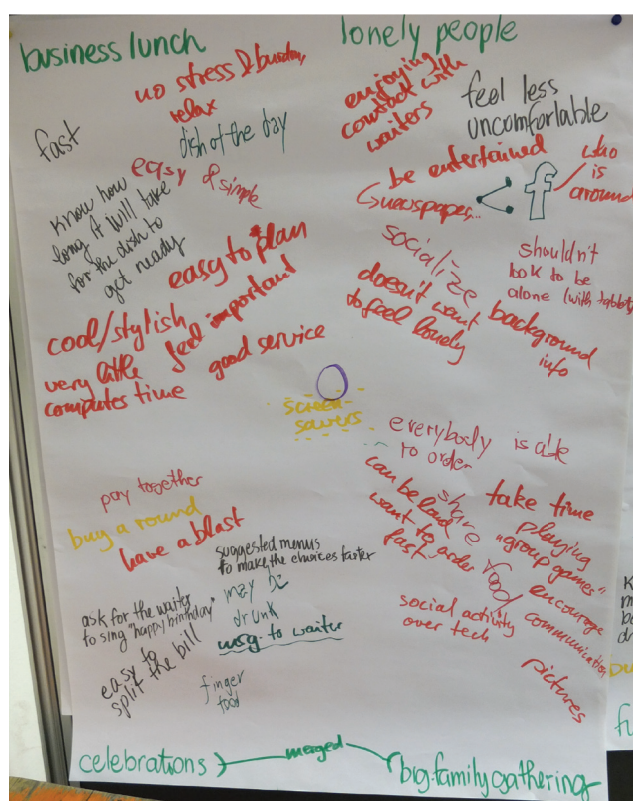


Figura 9. Painéis de identificação das necessidades e desejos gerais dos usuários nas situações “Almoço de Negócios”, “Comemorações”, “Pessoas Sozinhas”, “Grandes Reuniões Familiares”

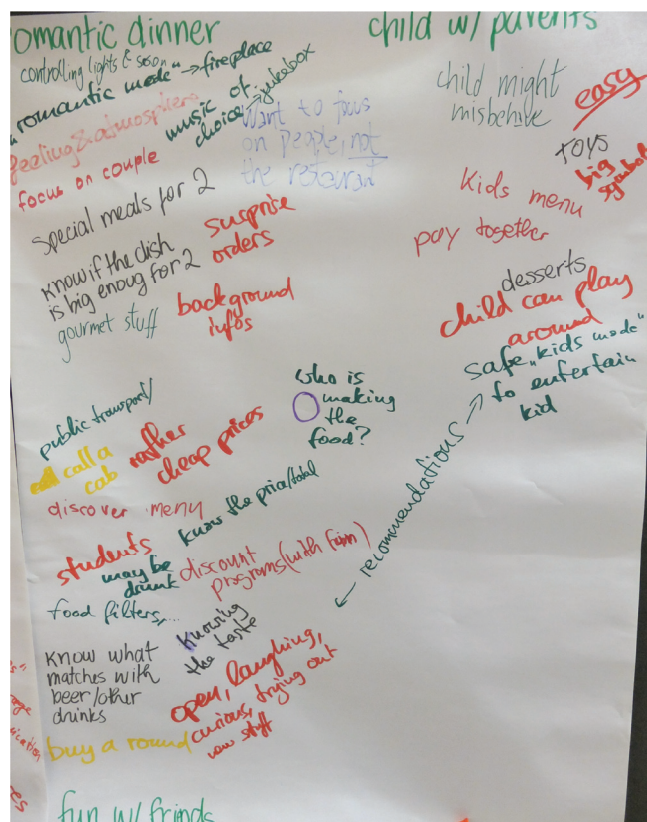


Figura 10. Painéis de identificação das necessidades e desejos gerais dos usuários nas situações “Jantar Romântico”, “Crianças com os Pais” e “Diversão com Amigos”

Para a geração dos painéis, os membros da equipe contribuíram com experiências pessoais, relatos de amigos, *feedback* de potenciais clientes que tiveram contato com o PVM e, também, colocando-se no papel de um dos atores principais da situação descrita para que, por meio da interpretação de personagem, fosse possível identificar novas situações não previstas ou experienciadas anteriormente. Com base nessas informações, definiram-se personas que representavam cada uma das situações listadas durante essa atividade, como “almoço de negócios”, “jantar comemorativo”, “almoço de domingo em família”, “jantar em casal”, “jantar solitário”, entre outros.

Durante esse final de semana, também, o time visitou um restaurante japonês na cidade que já utilizava um sistema de cardápios digitais que possibilitava apenas a realização dos pedidos. Durante essa experiência, percebeu-se que essa solução, que já havia encontrado espaço no mercado, não atendia todas as necessidades dos usuários, era complicada de se utilizar e apresentava falhas críticas no fluxo. Essa experiência serviu para reforçar o foco no usuário durante o desenvolvimento do *MenuMate* e também para ter claro em mente quais são os erros que não podem aparecer no novo aplicativo.

Após o final de dois dias intensos de trabalho, os resultados mais valiosos para a *startup* foram os rascunhos das telas principais do aplicativo (figura abaixo) e um entendimento profundo do contexto no qual o *MenuMate* seria inserido.



Figura 11. Rascunhos das primeiras telas da nova versão do *MenuMate*

Nos rascunhos acima, é possível identificar as seguintes telas:

- boas-vindas
- login do garçom
- menu principal
- informações extras sobre o restaurante
- prato
- detalhes do prato
- detalhes do pedido
- edição do pedido
- detalhes da conta
- *feedback*
- agradecimento

Também é possível identificar os seguintes botões-chave:

- *choose this item* (escolher esse item)
- *call the waiter* (chamar o garçom)
- *ready to send* (pronto para enviar)
- *ready to pay* (pronto para pagar)
- *send to the kitchen* (enviar para a cozinha)
- *add and continue ordering* (adicionar e continuar fazendo o pedido)
- *add and finish ordering* (adicionar e finalizar o pedido)
- *bring the bill* (traga a conta)
- *I want to feedback* (quero dar *feedback*)

Baseado dos rascunhos elaborados durante o *Startup Weekend* Karlsruhe, os primeiros *layouts* para o aplicativo foram desenvolvidos.



Figura 12. Um dos primeiros *mock-ups* da nova versão do *MenuMate*

6.2 *Munich Distillers*, o Cliente Piloto

Enquanto parte da equipe manteve o foco no desenvolvimento do aplicativo e nos desdobramentos de funcionalidade e ações, outra parte estava focada em conseguir um cliente piloto para o produto.

O perfil de um cliente inicial é diferente do perfil dos donos de grandes redes de restaurantes. Normalmente, ele estará mais aberto à experimentação e a colaboração, para que o produto se desenvolva de acordo com as suas necessidades. A troca existente nesse tipo de relacionamento é valiosíssima e potencialmente elevará as chances de sucesso do produto/serviço.

Após diversas reuniões, a *Aberklar* conseguiu seu primeiro cliente, o bar *Munich Distillers*, em Munique, na Alemanha. Os donos do estabelecimento tinham claro em mente o que gostariam de receber: um cardápio digital de coquetéis para mostrar aos clientes, de maneira diferenciada, seus drinques mais populares.

Esse desafio, apesar de não contemplar todas as ideias existentes para o *MenuMate*, foi o primeiro contato direto com demandas do mercado, na qual a equipe teve que pensar em soluções que atendessem não somente o usuário em termos

de usabilidade, mas também os donos do estabelecimento no que concerne ao alinhamento da solução com a marca deles.

Requisitos foram impostos para que um *tablet* com o *MenuMate* fosse instalado no bar, como por exemplo:

- proteção contra derramamento de líquidos;
- proteção contra queda;
- proteção anti-roubo.

Meses após a interação inicial, finalmente o *MenuMate* está instalado e funcionando em Munich e, apesar de não ser o aplicativo final, hoje ele serve como showcase da *startup* e um dos argumentos de venda utilizados ao abordar novos potenciais clientes.

O suporte e *feedback* dos donos do *Munich Distillers* foram essenciais para que a *startup* amadurecesse seu discurso, sua maneira de desenvolver o produto/serviço e, também, entendesse melhor o mercado.



Figura 13. Foto do MenuMate em uso no bar Munich Distillers

Um exemplo claro do resultado dessa interação foi o redirecionamento do foco da *startup* no que diz respeito a público-alvo. Anteriormente, o público (da *startup*, não do aplicativo) eram todos os restaurantes e bares de médio para alto nível, cujo serviço era diferenciado e que possuíam um estilo mais contemporâneo, um pouco afastado do tradicional. Hoje, após a experiência com o *Munich Distillers*, percebeu-se que o público é consideravelmente diferente e que bares não atendem os requisitos da *Aberklar*, pois o esforço gerado para o retorno esperado formam uma relação desvantajosa.

Agora, a *Aberklar* está focada somente em médios e grandes restaurantes à la carte. Isso não impede que, no futuro, outros estabelecimentos sejam considerados para o *MenuMate*, mas no momento atual da empresa, com a necessidade de se estabelecer um fluxo de caixa o mais rápido possível, os recursos internos foram direcionados para uma porção mais específica do mercado, até que a *startup* seja estável o suficiente para incluir novas pessoas à bordo e expandir.

7. RESULTADO

Após doze meses de desenvolvimento de projeto, apresenta-se na sequência o nível atual do aplicativo, tanto na parte visual como funcional e de negócios.

7.1 O Hardware

Para tornar o *MenuMate* mais acessível possível aos restaurantes, um dos objetivos era encontrar o hardware com melhor custo-benefício disponível no mercado, opção que excluiu automaticamente os famosos iPads.

Em uma excelente oportunidade oferecida pela Amazon, a *startup* adquiriu 25 unidades do *tablet Kindle Fire HD* e todas as especificações técnicas do *MenuMate* consideraram esse modelo de *hardware*, que possui resolução de 1280x800 pixels.



Figura 14. Amazon Kindle

Para proteger o tablet de eventuais derramamentos de líquidos, eles são manualmente impermeabilizados com produto especial. Esse, por exemplo, era um dos requisitos para instalar o *MenuMate* no bar *Munich Distillers*, como descrito anteriormente. Proteção contra quedas também se fez fundamental, dada a natureza da interação e o ambiente no qual o *tablet* está inserido.

Com foco na segurança do dispositivo, também foi instalado um acessório que anexa o *tablet* à mesa, desenvolvido pela empresa americana *Maclocks*, de maneira que ele não pode ser subtraído do ambiente sem a utilização da chave de segurança.



Figura 15. Dispositivo de segurança para o tablet

7.2 O Software

Durante o desenvolvimento e amadurecimento do *MenuMate*, seguiu-se o máximo possível a ideia de que menos é mais. Ao se observar, por exemplo, os botões que apareceram nos rascunhos de novembro de 2013, percebe-se que a opção “*Add and send to the Kitchen*” (Adicionar e enviar para a cozinha), hoje corresponde ao botão “*Order*” (Pedir).

A mesma lógica foi aplicada ao fluxo, que possui o menor número possível de telas e ações e, também, até algumas limitações planejadas para evitar que o excesso

de possibilidade complicasse demais a experiência do usuário.

Conforme as imagens abaixo, é possível visualizar o fluxo de navegação do usuário dentro do aplicativo, considerando que ele passa pela seguinte experiência:

Marcelo e alguns colegas de trabalho saem do escritório para almoçar fora. Eles são recebidos no Best Restaurant in Town, recebem instruções de como utilizar o sistema do cardápio e decidem explorar as opções e fazer o pedido. Logo após receber sua comida, eles se alimentam rapidamente, pedem a conta, pagam e voltam para o trabalho.

(OMITIDO)

7.3 O Sistema de Gestão de Conteúdo

No caso do cliente-piloto da *Aberklar*, o bar *Munich Distillers*, o aplicativo foi construído utilizando-se basicamente de todos os requisitos que o cliente possuía, resultando em um altíssimo nível de personalização. Com essa experiência, percebeu-se que esse modelo de atuação seria insustentável em uma escala maior, quando a empresa tiver, por exemplo, dez clientes diferentes para iniciar as atividades em um mês.

Por esse motivo, decidiu-se que o design gráfico do *MenuMate* deveria ser consistente e flexível o suficiente para que a *Aberklar* provenha um sistema de gestão de conteúdo para o gerente do restaurante e ele mesmo teria condições de personalizar o aplicativo de acordo com as características de seu estabelecimento.

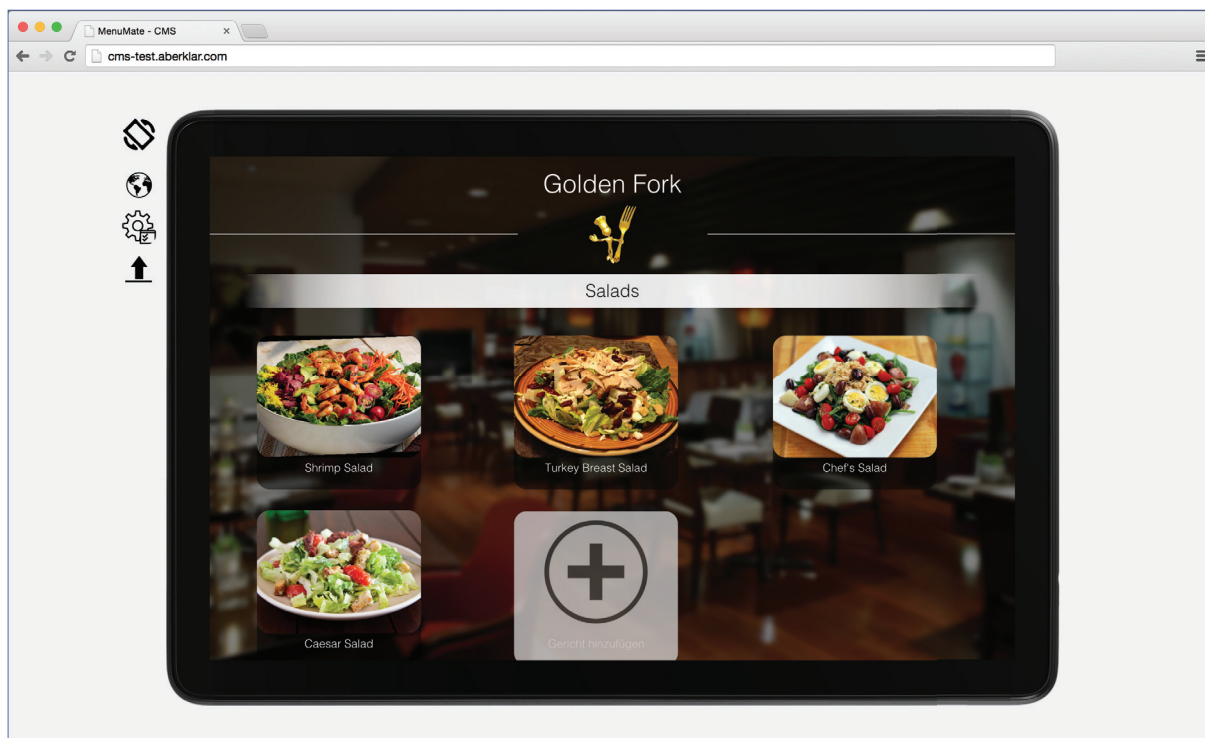


Figura 16. Screenshot do Sistema de Gestão de Conteúdo

O sistema de gestão do conteúdo também possibilita que as informações de todos os *tablets* que o estabelecimento possui sejam atualizadas apenas uma vez no computador e a informação é replicada para todos os dispositivos por meio da conexão à internet. Essa funcionalidade possibilita, além de problemas menores ao modificar o cardápio, o oferecimento de promoções-surpresa e, no futuro, até mostrar quando um prato está indisponível porque um dos ingredientes está em falta na cozinha.

7.4 Resultados

Com uma equipe enxuta, extremamente capacitada e empreendedora, a Aberklar conseguiu ser destaque algumas vezes nesse ano de existência. Cada uma das conquistas dentro da realidade tão volátil das *startups*, reforçaram o potencial do *MenuMate*.

A satisfação dos sócios do *Munich Distillers* ao finalmente terem o *tablet* instalado e funcionando como eles imaginavam, além de diversas outras conquistas internas, já que o time é muito focado em desenvolvimento pessoal, integração e desenvolvimento da própria dinâmica do time, são fatores que estimulam a Aberklar a se desafiar cada vez mais.

Nesse período de um ano, a *Aberklar* concedeu entrevistas para mídias alemãs, como o *Badische Neueste Nachrichten*, vagas em eventos de empreendedorismo

e inovação foram oferecidas gratuitamente a membros da equipe, entre outras experiências e oportunidades.

Após um extenso e altamente concorrido processo seletivo para ser contemplado com um patrocínio para participar da maior conferência de tecnologia da europa, entre mais de 200 concorrentes, a *Aberklar* foi uma das três startups patrocinadas pela organização do evento para estar presente em Dublin, na Irlanda.

A conquista mais recente da *startup* é a aprovação no processo de seleção para receber suporte financeiro da incubadora de negócios da ESA (*European Space Agency* – Agência Espacial Europeia). Com a pré-aprovação para receber esse suporte, que não exige contrapartidas como ações da empresa ou participação na tomada de decisões, a *Aberklar* é elegível a receber a quantia de 100 mil euros e sessões de mentorado semanais para acelerar o desenvolvimento do aplicativo e conquista do espaço no mercado.

8. CONCLUSÃO

Permeando o desenvolvimento do projeto descrito nos capítulos anteriores, esteve sempre presente o aprendizado sobre a cultura alemã, a maneira com que os alemães trabalham, se comunicam e interagem com a equipe. O peso da cultura alemã no time *Aberklar* é grande, visto que quatro de sete membros nasceu e cresceu na Alemanha.

A maior parte dos conflitos internos são causados por problemas na comunicação verbal entre o time. A segunda maior causa de conflito é o excesso de trabalho que todos os membros tem a desenvolver. Mesmo com esses desafios, até o presente momento, o time sempre encontrou uma maneira de lidar construtivamente com as dificuldades.

Existem diversas características inerentes à parte alemã do time que são positivas e fundamentais para o bom desenvolvimento de um produto, como a objetividade, foco, capacidade de planejamento, precisão. De outro lado, características do lado brasileiro do time também geram um diferencial competitivo: quando as circunstâncias mudam e não saem de acordo com o planejado, os brasileiros são muito mais rápidos em aceitar e reagir, desenhando um novo plano, que entregará o melhor resultado possível com os recursos disponíveis dentro do imprevisto.

Analisando a curva de desenvolvimento da *startup* e de seu aplicativo de entrada no mercado, o *MenuMate*, é notável um grande esforço para melhorar a vida das pessoas. Hoje é obsoleto o negócio que se fecha dentro de sua bolha criativa e que depois, quando tem tudo “pronto”, bombardeia o público com campanhas agressivas de marketing para forçar que o produto seja bem sucedido.

Visão de um futuro sustentável tem a empresa a qual a opinião do cliente e a qualidade da experiência dele estão entre as prioridades. É o melhor servir que deve guiar as decisões, e não o “melhor ganhar”. O lucro é consequência das escolhas corretas que são feitas durante todo o processo de desenvolvimento da solução e é nisso que a *Aberklar* e seu time acreditam.

Com suporte financeiro, para possibilitar que todos os membros da equipe possam se dedicar por completo apenas à *startup* (hoje apenas os sócios-fundadores trabalham exclusivamente para a *Aberklar*), e mais seis meses, acredita-se que a *startup* terá fluxo de caixa e começará a trilhar o caminho em direção ao próximo nível:

tornar-se uma empresa.

Com os impactos que serão gerados a partir da implementação do *MenuMate* e potenciais sub-serviços que deverão surgir para dar suporte à experiência principal, acredita-se que no potencial de uma grande revolução no universo gastronômico, e para que isso aconteça, a *Aberklar* continua crescendo, ouvindo os usuários e desenvolvendo soluções que as pessoas sentirão prazer em utilizar.

Por fim, após conhecer em profundidade o modelo de desenvolvimento de serviço e aplicativo dentro da startup, percebe-se com os conhecimentos adquiridos em contexto acadêmico, quando aplicados em situações reais, potencializam as chances de sucesso do projeto, bem como geração de propostas consistentes para serviços, interfaces, produtos, e todas as experiências que possam, de alguma forma, ser melhoradas para melhor servir ao propósito dos usuários finais.

9. REFERÊNCIAS

BROWN, T. (2008). 'Design thinking', Harvard Business Review. June, 85-92. http://www.ideo.com/images/uploads/thoughts/IDEO_HBR_Design_Thinking.pdf

HASSO PLATNER, Intitute of Design at Stanford. An introduction to Design Thinking, Process Guide.

KELLEY, D. (2002). Human-centered design. TED. http://www.ted.com/talks/lang/en/david_kelley_on_human_centered_design.html

PINHEIRO, T. The Service Design Startup, Design Gets Lean. Publicado por Hayakawa, Altabooks e Createspace, 2014.

POLAINE, A.; LOVLIE, L.; REASON, B. Service Design, From Insight to Implementation. Rosenfeld, 2013.

SAFFER, Dan. Designing for Interaction, Creating Smart Applications and Clever Devices. Editora New Riders, 2007.

SANTOS, Fátima A. e SOUTO, Virgínia. T. User design approach applied to interactive digital art projects. DIVERSITY: Design / Humanities, Proceedings Of Fourth International Forum Of Design As A Process. EdUEMG, Chapter 13, 2014.

VIANNA, M.; VIANNA, Y.; ADLER, I. K.; LUCENA, B.; RUSSO, B. Design Thinking, business Innovation. MJV press, 2011.

WALTERS, H. (2011). Can innovation really be reduced to a process?, Fast Company. <http://www.fastcodesign.com/1664511/can-innovation-really-be-reduced-to-a-process>

WALTERS, H. (2011). "Design Thinking" isn't a miracle cure, but here's how it helps, Fast Company. <http://www.fastcodesign.com/1663480/design-thinking-isnt-a-miracle-cure-but-heres-how-it-helps>